



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Cod apel: POCU/829/6/13/Cresterea numarului absolventilor de invatamant terțiar universitar și non universitar care își găsesc un loc de muncă urmare a accesului la activități de învățare/ cercetare/ inovare la un potențial loc de muncă, cu accent pe sectoarele economice cu potențial competitiv identificate conform SNC și domeniile de specializare inteligentă conform SNCI

Componenta 1: Innotech Student

Axa prioritară: Educație și competențe

Titlul proiectului: "Tineri antreprenori - De la idee la oportunitate"

Numele administratorului de grant: SC IPA SA

Cod proiect: 141131

PLAN DE AFACERI

Realizarea de produse handmade adresate în special copiilor

Program de formare profesională COMPETENTE ANTREPRENORIALE

Proba practică

Perioada: 22.03.2022 –31.03.2022

Cursanți: Lusa Mihaela-Alexandra



PLANUL DE AFACERI

1. Rezumatul Planului de afaceri (maxim o pagina)

SC CADOURI HANDMADE va fi o firma specializata in realizarea de produse handmade adresate in special copiilor. La momentul actual pe piata romaneasca nu mai exista vreo firma care sa ofere astfel de produse, caracterul inovativ al produselor si posibilitatea realizarii acestora pe comanda, in functie de cerintele clientilor nostri, fiind principalele avantaje fata de restul firmelor care furnizeaza produse pentru aceeasi nisa de piata. La baza intocmirii acestui plan de afacere stau experienta acumulata prin participarea la numeroase expozitii specializate, expozitii la care s-a inregistrat o cerere foarte ridicata pentru comercializarea acestor produse, cat si expunerea acestora in mediul online, unde de asemenea au existat foarte multe solicitari pentru comercializarea produselor. Din oferta noastra de vanzare va face parte urmatoare gama de produse handmade:, insa produsul etalon il vor constitui torturile confectionate din pampersi si alte produse destinate bebelusilor. Pe langa utilitatea practica a tuturor acestor produse, diferenta fata de ceea ce este pe piata in acest moment va fi facuta de unicitatea si eleganta lor. Comercializarea acestor produse se va face prin intermediul unui magazin online, la atelierul nostru de lucru, cat si pe baza colaborarilor cu diferiti parteneri care vor dori sa comercializeze produsele noastre. Previzionam ca din punct de vedere economic, cifra de afaceri va creste treptat, o data cu cresterea acoperiri publicitare , cat si pe baza recomandarilor de la om la om, imediat cum va incepe comercializarea produselor. Componenta de publicitate va fi una esentiala in cadrul firmei noastre intrucat este nevoie ca segmentul nostru tinta sa afle despre existenta acestor produse, fiind unele inovative, nou aparute pe piata. Pentru municipiul Craiova livrarile comenzilor se vor face direct, iar pentru comenzile din afara orasului se vor face prin posta, urmand ca beneficiarii produselor sa suporte si cheltuielile de transport ale produselor. Organigrama firmei va cuprinde pentru inceput un numar de 5 angajati: Manager General, Artist creatie handmade, Manager vanzari, Tehnician IT, Contabil.

2. Descrierea intreprinderii care va fi infiintata (maxim 3 pagini)

In acest capitol descrieti in detaliu firma, mentionand urmatoarele:

- Denumirea firmei (orientativa) si forma sa juridica de constituire: Firma se va numi CADOURI HANDMADE, iar forma juridica de constituire va fi societate cu raspundere limitata.
- Obiectul de activitate inscris in statut (coduri CAEN): 9003 – Activități de creație artistică
- Valoarea si natura capitalului: Fonduri europene nerambursabile + 5% contribuție proprie
- Sediul principal si/sau punctele de lucru vor fi in Craiova
- Structura actionariatului si indicarea actionarilor principali sau a asociatilor. Detalii cunostintele si/sau **experienta acestora in domeniul in care se doreste realizarea proiectului:**
- **Acționari: Ghizdavu Mihnea-Stefan si Lusa Mihaela-Alexandra**
- CV-ul participantului la concursul de idei de afaceri va fi anexat la Planul de afaceri: CV-ul se regăsește anexat



- Descrierea spatiilor de productie/ prestare servicii necesare: Atelier Creatie Artistica, utilat cu cele necesare realizarii produselor handmade. Spatiul se afla in proprietatea familiei.
- Strategia intreprinderii in ceea ce priveste managementul (administrarea) afacerii si asigurarea functionarii optime, in corelare cu specificul serviciilor oferite:

Page | 3

1. viziunea, misiunea, strategia si obiectivele pe termen scurt, mediu si lung – planul de dezvoltare pentru urmatoorii ani (pana la 3 ani), Descrieti obiective realiste si credibile:

CADOURI RARE HANDMADE va fi o firma specializata in producerea si comercializarea de articole handmade destinate copiilor, in special bebelusilor. Unicitatea si inovativitatea produselor noastre vor face diferenta comparativ cu restul produselor apartinand acestei nise de piata. Totodata ne vom asigura ca raportul calitate-pret va fi cel mai atractiv de pe piata. Departamentul de vanzare-promovare va avea un rol deosebit de important in dezvoltarea firmei noastre, publicitatea si incheierea unor colaborari cu viitori parteneri care vor dori sa comercializeze in magazine produsele noastre fiind esentiala. Angajatii nostri vor beneficia de cursuri de formare si teambuildinguri pentru a fi o echipa energica, dinamica, flexibila si performanta. Din punct de vedere financiar, in primul an ne propunem sa acoperim cheltuielile salariale si sa incercam sa recuperam o parte din investitie. Profitul obtinut in al doilea an, va fi reinvestit in al treilea an pentru a ne extinde afacerea si in alte orase din tara.

2. descrierea riscurilor ce pot aparea in activitatea ce face obiectul finantarii prin schema de minimis si masuri de gestionare a riscurilor:

Riscurile ce pot aparea sunt cele aferente oricarei afaceri si anume evolutia pietei, puterea de cumparare a cetatenilor, ineficienta departamentului de vanzari. Un risc ar putea fi reprezentat si de aparitia brusca a unui numar foarte mare de comenzi, ceea ce ar genera un stres suplimentar pentru artistul de creatie. Ca masuri de prevenire a acestor riscuri vom efectua o selectie foarte riguroasa a personalului pe care il vom angaja. De asemenea in perioade foarte aglomerate vom incerca sa le recomandam potentialilor clienti produse deja existente pe stoc.

- Descrierea activitatilor proiectului:
 - inregistrarea firmei la Oficiul pentru Registrul Comertului
 - depunerea in cont a capitalului propriu necesar partii de cofinantare de 5% din valoarea proiectului
 - selectarea si apoi contractarea personalului necesar pentru functionarea firmei
 - instruirea personalului angajat
 - amenajarea si dotarea atelierului de lucru
 - inceperea productiei de articole care sa fie oferite spre comercializare
 - crearea unui magazin online unde sa fie expuse si promovate produsele noastre
 - identificarea si stabilirea unor potentiali parteneri care doresc sa comercializeze produsele noastre
 - analiza lunara a situatiei financiare a firmei
 - verificarea sustenabilitatii afacerii la finalul proiectului



- Resurse umane: Descrieti calificarile, expertiza necesara lucratorilor ce urmeaza a fi angajati. Se va prezenta organigrama intreprinderii. Recrutarea si selectia lucratorilor. Promovarea egalitatii de sanse si a nediscriminarii:

Organigrama firmei va cuprinde pentru inceput un numar de 5 angajati: Manager General, Artist creatie handmade, Manager vanzari, Tehnician IT, Contabil.

Page | 4

3. Produsul/ serviciul (maxim 2 pagini)

In acest capitol, descrieti si explicati, in detaliu, produsul/serviciul ce face obiectul finantarii prin schema de minimis propuse in proiect.

Descrierea produsului: ce reprezinta, ce nevoi satisface, caracteristici fizice, tehnologia utilizata in producerea lui (materii prime, echipamente, forta de munca, patente etc – localizati, la nivel de regiune de dezvoltare/judet, sursa acestor elemente).

Descrierea serviciului: ce reprezinta, ce nevoi satisface, care sunt materialele si echipamentele necesare prestarii serviciului, etape in procesul de prestare a serviciului, beneficii pentru clienti.

Prezentati modul in care vor fi promovate principiile dezvoltarii durabile (protectia mediului si eficienta energetica) in producerea/ mentinerea/ dezvoltarea produsului/ serviciului.

Evidentiati calitati/ avantaje ale produsului/ serviciului dvs. fata de cel al competitorilor.

Puteti, de asemenea, sa enumerati/ descrieti produse/ servicii viitoare si planificarea dezvoltarii acestora, evidentiind astfel, evolutia strategiei de dezvoltare a produsului/ serviciului in functie de evolutia pietei.

Prezentati principalii furnizori de materii prime si materiale. Ponderea materiilor prime si a materialelor, in functie de provenienta (e.g. local, indigen, import).

Produsele handmade sunt la mare cautare in aceasta perioada, iar daca sunt realizate de o persoana talentata si inspirata, pot deveni adevarate opere de arta. In afara de realizarea bentitelor, papioanelor, broselor, agrafelor pentru par, cordelutelor, decorurilor pentru mese festive, sorcovelor și coronitelor pentru premianti, aparitia unui concept si model inovativ al torturilor din pampersi va impulsiona cu siguranta vanzarile firmei noastre. Produsele handmade personalizate pot constitui un cadou ideal pentru bebelusi, vizite la bebelusi, nou-nascuti, pentru botezuri sau pentru aniversari ale bebelusilor. Cu siguranta oferirea unui astfel de cadou, va fi una de efect, iar absolut toate articolele utilizate in confectionarea tortului din pampersi vor putea fi folosite de catre familia micutului. Este foarte important de mentionat faptul ca in elaborarea produselor firmei noastre nu se vor folosi capse, lipici, scoci sau materiale sintetice care sa produca iritatii.

Pentru realizarea articolelor handmade se utilizeaza urmatoarele materiale: pampersi, jucarii de plus, hainute pentru bebelusi, accesorii pentru nou-nascuti,ata, voal, dantela, organza, matase, margele, nasturi, panglica, cordelute, elastic, celofan, cutii pentru ambalare.



4. Piata (maxim 2 pagini)

Descrieti piata pe care urmeaza sa activati sau pe care intentionati sa intrati:

Page | 5

- aria geografica de acoperire a produsului/ serviciului:
Principala piata de desfacere va fi in Craiova, insa produsele noastre vor putea fi livrate prin posta, oriunde in tara.
- clienti existenti si potentiali: in functie de piata de desfasurare (intern, extern), volumul vazarilor, produse/ grupe de produse:
Potentiali clienti vor fi considerate toate familiile din Craiova care au copii si au posibilitati financiare sa achizitioneze astfel de produse
- analiza stadiului actual al pietei – nevoi si tendinte:
Piata este una activa, majoritatea familiilor, indiferent de venituri, alocă cat de multi bani pot investitiei in viitorul propriilor copii si nu ar ezita sa cheltuie cand vine vorba sa le cumpere micutilor lucruri deosebite, iar de cadouri pentru bebelusi si copii va fi nevoie intotdeauna
- previzionarea cresterii pietei, prognoza cererii:
Piata poate creste doar daca va creste natalitatea in Romania sau daca ne vom deschide si alte puncte de lucru in tara
- definirea potentialelor segmente ale pietei produsului/serviciului dvs:
Nisa noastra de piata este reprezentata de familiile care au copii sau de persoanele care urmeaza sa faca o vizita unor bebelusi sau unor copii
- concurenta: principalii concurenti, ponderea lor pe piata, punctele tari si punctele slabe ale produsului/serviciului dvs. comparativ cu cel al competitorilor (directi si indirecti) ; elemente care influenteaza comportamentul cumparatorilor:
Principalii concurenti vor fi firmele care furnizeaza produse pentru acelasi segment de piata, insa un concurent direct, care sa produca articole handmade pentru copii, ba mai mult chiar existand si posibilitatea personalizarii acestora, nu mai exista in momentul de fata. Unicitatea, noutatea si eleganta produselor noastre, care alaturi de partea utila a acestora sunt elemente care avem convingerea ca vor atrage cat mai multi cumparatori
- analiza principalelor modalitati de distributie a produselor/ serviciilor pe piata:
Principala metoda de distributie va fi prin livrare directa daca cumparatorul este din Craiova sau daca va veni la atelierul nostru, iar pentru restul comenzilor distributia se va face prin posta, urmand ca cei care achizitioneaza produsele sa suporte si cheltuielile de transport.

5. Strategia de marketing (maxim 2 pagini)

Descrieti strategia de abordare/introducere a produselor si serviciilor pe piata. Tot aici se va evidentia strategia de marketing pentru promovarea produselor si serviciilor respective si modalitatile de punere in practica a acesteia, inclusiv:

- Punctele tari ale afacerii (produsului/ serviciului), avantaje oferite fata de competitori:



Inovativitatea, elementul de noutate, unicitatea, eleganta deosebita a produselor noastre sunt elemente forte ale afacerii

- Pozitionarea pe piata a produsului/ serviciului, caracteristici care il diferentiaza de competitori:
Nu putem face o comparatie cu restul competitorilor intrucat produsul nostru nu este aparut inca pe piata, caracteristicile care il diferentiaza de restul competitorilor fiind posibilitatea de a personaliza oricare dintre articolele noastre handmade cat si faptul ca oricare dintre produse este unic

- Politica de pret, legatura dintre politica de pret, caracteristicile produsului/ serviciului si tendintele pietei:

Chiar daca inovativitatea produselor oferite, eleganta sau unicitatea lor ne-ar putea permite sa abordam o politica de pret ridicat vom comercializa produsele la preturile cele mai avantajoase pentru a da posibilitatea cat mai multor persoane sa aiba acces la astfel de produse, dar si pentru a ne fideliza clientii

- Promovarea produsului/ serviciului:

Latura de promovare va fi cea mai importanta parte a afacerii noastre, promovarea intense a produselor fiind cheia dezvoltarii si reusitei afacerii noastre. Promovarea va fi facuta in special in mediul online, dar si prin intermediul angajatilor companiei noastre

- Distributia produsului/ serviciului:

Principala metoda de distributie va fi prin livrare directa daca cumparatorul este din Craiova sau daca va veni la atelierul nostru, iar pentru restul comenzilor distributia se va face prin posta, urmand ca cei care achizitioneaza produsele sa suporte si cheltuielile de transport.

- Strategia de vanzari: descrieti modalitatea in care firma va aborda clientii (e.g. modalitati de comunicare):

Principala modalitate de comunicare cu clientii nostri va fi prin intermediul site-ului firmei, de asemenea un rol foarte important avandu-l departamentul nostru de vanzari si capacitatea acestora de a incheia colaborari cu potentiali parteneri care sa comercializeze produsele noastre

- Previzionarea vanzarilor:

Din punct de vedere financiar, in primul an ne propunem sa acoperim cheltuielile salariale si sa incercam sa recuperam o parte din investitie. Profitul obtinut in al doilea an, va fi reinvestit in al treilea an pentru a ne extinde afacerea si in alte orase din tara.

- Riscuri identificate si masurile prevazute pentru diminuarea efectelor in cazul materializarii acestor riscuri:

Riscurile ce pot aparea sunt cele aferente oricarei afaceri si anume evolutia pietei, puterea de cumparare a cetatenilor, ineficienta departamentului de vanzari. Un risc ar putea fi reprezentat si de aparitia brusca a unui numar foarte mare de comenzi, ceea ce ar genera un stres suplimentar pentru artistul de creatie. Ca masuri de prevenire a acestor riscuri vom efectua o selectie foarte riguroasa a personalului pe care il vom angaja. De asemenea in perioade foarte aglomerate vom incerca sa le recomandam potentialilor clienti produse deja existente pe stoc.



6. Necesarul de finantare (maxim 1 pagina)

- prezentarea capitolelor de cheltuieli
- Modul de finantare a activitatii firmei (finantare din schema de minimis, fonduri proprii, etc.).

~ 10000 de Euro, din care 500 de Euro(5% confinantare)

7. Planul financiar (maxim 3 pagini)

La acest capitol detaliami si explicati ipotezele care au stat la baza realizarii previzionarilor pentru o perioada de 3 ani. Corelati informatiile din proiectiile financiare cu cele prezentate in celelalte capitole ale planului de afaceri. Detaliami si explicati fiecare categorie de venituri si cheltuieli.

In elaborarea proiectiilor financiare se va folosi metoda fluxului net de numerar actualizat. In aceasta metoda valoarea fluxurilor non-monetare (cum ar fi amortizarea si provizioanele) nu sunt luate in considerare.

In analiza sustenabilitatii financiare proiectului se va aprecia:

- **Profitabilitatea financiara a proiectului** determinata prin Valoarea Neta Actualizata (VAN) si Rata Interna de Rentabilitate (RIR) calculate la valoarea totala a proiectului. Valoarea totala a proiectului include totalul costurilor eligibile (inclusiv TVA)
- **Fezabilitatea/durabilitatea financiara a proiectului**, prin verificarea fluxului net de numerar cumulat (neactualizat). La determinarea fluxului de numerar net cumulat se vor lua in considerare toate costurile si toate sursele de finantare (atat pentru infiintarea si operationalizarea intreprinderii cat si pentru operarea si functionarea acesteia, inclusiv veniturile nete).

Previziunile financiare vor avea urmatoarea structura:

- Proiectia veniturilor/vanzarilor cu prezentarea rationamentului prin care ati realizat aceste previzionari
- Toate proiectiile vor fi calculate pentru o perioada de 3 ani dupa finalizarea implementarii proiectului
- Estimarea elementelor de cost prezentate detaliat (cum s-a ajuns la valorile prezentate pe capitole de cheltuieli)
- Intocmirea situatiilor financiare previzionate
 - ✓ Bugetul de venituri si cheltuieli
 - ✓ Proiectia contului de Profit si Pierdere
 - ✓ Tabloul fluxului de numerar
- Se vor analiza urmasorii indicatori de rentabilitate financiara:



- ✓ Determinarea valorii actualizate nete a fluxului de numerar VAN - rata de actualizare folosita pentru actualizarea fluxului net de numerar este de 9%.
- ✓ Rata interna de rentabilitate RIR

Instructiuni de calcul pentru indicatorii de rentabilitate financiara

Calculul valorii actualizate nete

Valoarea actualizata neta (VAN) reprezinta diferenta pozitiva sau negativa de valoare intre fluxurile de lichiditati disponibile actualizate, generate de exploatarea unei investitii pe durata vietii sale economice, si valoarea actualizata a investitiei.

Valoarea investitiei este reprezentata de totalul costurilor ocazionate in perioada de implementare a proiectului **(de maximum 5 luni de la data semnarii Acordului de finantare pana cel tarziu la data de 30.11.2022).**

Valoarea Coeficientilor de actualizare pentru o rata de actualizare de 9%

Anul	N0*	N**	N+1	N+2
Coeficient de actualizare	1	0,9174	0,8417	0,7722

*reprezinta perioada de implementare a proiectului (maxim 5 luni)

** primul an de operare intreprindere

Valoarea actualizata neta poate fi calculata folosind tabele si foi de calcul tabelar precum Microsoft Excel.

Rata interna de rentabilitate (RIR) reprezinta rata de actualizare la care VAN =0. De asemenea se poate folosi Microsoft Excel pentru a calcula RIR.

Toate proiectiile vor fi calculate pentru o perioada de **3 ani** dupa finalizarea implementarii proiectului. Proiectul va fi considerat fezabil daca:

- Valoarea actualizata neta este pozitiva
- Rata Interna de rentabilitate este > 9%
- Fluxul net de numerar cumulat (cu finantare nerambursabila) pe intreaga perioada analizata sa fie pozitiv.

8. Anexe si alte documente

Includeti alte documente ce considerati a fi relevante, sau care sustin anumite puncte de vedere din planul de afaceri (oferte, devize, fundamentari suplimentare, analize de pret).